

## NOTA DE PRENSA

# ONO lanza su primer juego en Facebook

**Kanlli crea ONO Quizz, un juego interactivo que invita a los usuarios a entrenar su mente y competir con sus amigos en Facebook**

Madrid, 25 de junio de 2010. La compañía de comunicación y entretenimiento por banda ancha ONO ha estrenado en Facebook su primer juego, con el que añade a su página una de las grandes funcionalidades de la red social que consigue atraer a millones de usuarios en el mundo. Se trata de ONO Quizz, juego desarrollado por la agencia de Marketing Interactivo y Contenidos Kanlli, basado en diferentes pruebas de memoria, reflejos y conocimientos televisivos.

ONO Quizz permite al usuario desafiar a sus amigos e invitarles a jugar, así como publicar la puntuación en “megas” en el muro, junto con una descripción gradual de conocimientos que pueden dejar al usuario desde “todo un sabio”, hasta “un auténtico cazurro”.

El diseño del juego hace referencia a un futuro y un presente tecnológico, en donde no faltan referencias *geeks*. Todo el desarrollo del juego está enriquecido con curiosos personajes que acompañan al usuario en su aventura.

Con ONO Quizz, el objetivo es introducir los valores de la marca en un entorno cercano y aportar relevancia a ONO dentro de Facebook mediante una comunicación bidireccional que permita al usuario interactuar con la marca y divertirse con ella.

Gonzalo Ibañez, Consejero Delegado de Kanlli, explica que *“el juego ha sido todo un desafío y los resultados han satisfecho con creces los objetivos del proyecto. Nos hemos divertido haciéndolo y hemos logrado que una pequeña idea inicial, se convierta en una gran iniciativa”*.

Además del desarrollo del juego de ONO en Facebook, Kanlli gestiona toda la estrategia de Social Media de la compañía de comunicación y entretenimiento por banda ancha, que incluye acciones de comunicación en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y creación de contenido dentro del blog de ONO.

### **ACERCA DE KANLLI**

Kanlli, *The Interactive and Content Marketing Agency*, ofrece servicios personalizados de Marketing Interactivo, Marketing en Buscadores y Marketing Móvil. En los últimos tiempos ha desarrollado diferentes acciones en el ámbito del Social



Influence Marketing para clientes de la talla de K-tuin, Pepecar, ONO o MMT Seguros, entre otros.

[Kanlli](#) tiene su sede en Madrid y sirve a clientes en EEUU, México, Argentina, Brasil y otros países de América Latina.

## **ACERCA DE ONO**

ONO es la compañía de comunicación y entretenimiento por banda ancha líder en España que ofrece de manera integrada servicios de Internet, Televisión y Teléfono a sus clientes residenciales, así como servicios de telecomunicaciones de alto valor añadido a PYMES, grandes empresas e instituciones. El operador cuenta con una red de alta velocidad desplegada a lo largo de toda España con capacidad para prestar los servicios más avanzados de telecomunicaciones.

ONO es garantía de velocidad, capacidad y fiabilidad. Cerca de siete millones de usuarios y empresas de toda España llevan años disfrutando de la alta velocidad y de la estabilidad en las comunicaciones a través de la fibra óptica- la conexión del futuro.

## **CONTACTO**

Juliana Gutiérrez  
Marcom Manager  
Tel: 902 159 950  
[juliana.gutierrez@kanlli.com](mailto:juliana.gutierrez@kanlli.com)

## Kanlli crea ONO Quizz, primer juego de ONO en Facebook

Con este juego, la agencia complementa su gestión de la estrategia Social Media para ONO

La agencia de Marketing Interactivo y Contenidos Kanlli ha desarrollado ONO Quizz, un juego interactivo que invita a los usuarios a entrenar su mente y competir con sus amigos en Facebook.

ONO Quizz está en diferentes pruebas de memoria, reflejos y conocimientos televisivos. También permite al usuario desafiar a sus amigos e invitarles a jugar, así como publicar la puntuación en “megas” en el muro, junto con una descripción gradual de conocimientos que pueden dejar al usuario desde “todo un sabio”, hasta “un auténtico cazurro”.

El diseño del juego hace referencia a un futuro y un presente tecnológico, en donde no faltan referencias *geeks*. Todo el desarrollo del juego está enriquecido con curiosos personajes que acompañan al usuario en su aventura.

Con ONO Quizz, el objetivo es introducir los valores de la marca en un entorno cercano y aportar relevancia a ONO dentro de Facebook mediante una comunicación bidireccional que permita al usuario interactuar con la marca y divertirse con ella.

Gonzalo Ibañez, Consejero Delegado de Kanlli, explica que *“el juego ha sido todo un desafío y los resultados han satisfecho con creces los objetivos del proyecto. Nos hemos divertido haciéndolo y hemos logrado que una pequeña idea inicial, se convierta en una gran iniciativa”*.

Además del desarrollo del juego de ONO en Facebook, Kanlli gestiona toda la estrategia de Social Media de la compañía de comunicación y entretenimiento por banda ancha, que incluye acciones de comunicación en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y creación de contenido dentro del blog de ONO.